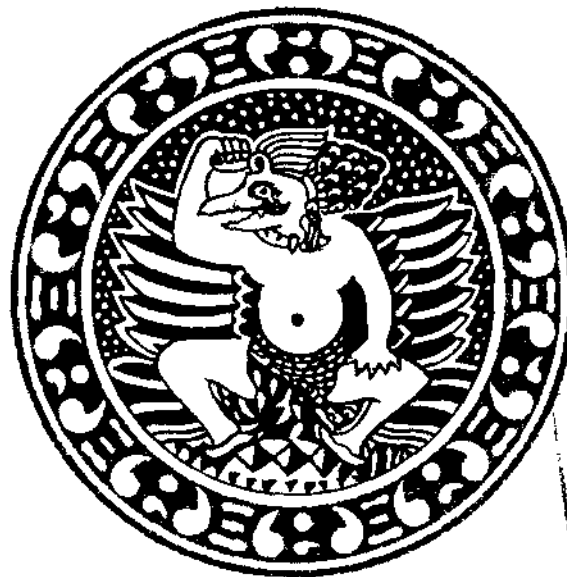


**PENERAPAN METODE TARGET COSTING DAN KAIZEN
COSTING SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM
MENEKAN BIAYA PRODUKSI PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR
(STUDI KASUS PADA PT. "X" Tbk. DI SIDOARJO)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH

VIDDY NOORFANDO

No. Pokok : 049514857

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

SKRIPSI

PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DAN *KAIZEN COSTING* SECARA TERINTEGRASI SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM MENEKAN BIAYA PRODUKSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR (STUDI KASUS PADA PT. "X" Tbk. DI SIDOARJO)

DIAJUKAN OLEH :

VIDDY NOORFANDO

No. Pokok : 049514857



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Drs. BAMBANG TJAHJADI, MBA., Ak.

TANGGAL...9/5/01.....

KETUA PROGRAM STUDI,


Drs. H. MUSLICH ANSHORI, M.Sc., Ak.

TANGGAL...29-06-2007.....

ABSTRAKSI

Terjadinya pergeseran pola konsumsi masyarakat secara umum, dipicu dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi informasi secara global, menuntut dunia bisnis untuk lebih responsif terhadap keinginan dan preferensi konsumen. Perusahaan yang berorientasi hanya pada tujuan memproduksi sebuah produk dengan keyakinan produk tersebut pasti akan terserap pasar berapapun diproduksi, maka perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama.

Konsumen telah menjadi sangat sensitif dan selektif terhadap produk yang dikonsumsi. Dengan banyaknya produk sejenis yang ada di pasar, keleluasaan dalam memilih produk yang sesuai kebutuhan dan selera konsumen menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh setiap produsen, dalam hal ini perusahaan manufaktur. Konsep *customer-focused & price-driven*, telah benar-benar menjadi fenomena yang luar biasa dalam persaingan bisnis. Tinggal bagaimana perusahaan mencapai tujuannya itu dengan memproduksi barang yang dapat memuaskan konsumen dan menghasilkan laba. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan tingkat efisiensi dan produktivitas setiap aktivitas dalam operasi perusahaan. Peningkatan kinerja tersebut diikuti dengan upaya menekan biaya produksi sehemat dan seoptimal mungkin.

Salah satu metode biaya yang berkembang pesat beberapa tahun terakhir terutama di Jepang dan Amerika Serikat, *target costing* dan *kaizen costing*, telah banyak digunakan perusahaan besar sebagai instrumen penting dalam upaya menekan biaya produksi perusahaan. Dua konsep yang terintegrasi dan diterapkan bersama mensyaratkan perencanaan yang matang disetiap lini produksi. Terutama pada tahap desain dan pengembangan produk dengan melakukan *value engineering*, untuk kemudian dikontrol dengan suatu *continuous improvement* yang cermat.